

Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu

Anica Hunjet, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, Zagreb, Donje svetice 38, Hrvatska, anica.hunjet@mzos.hr

Goran Kozina, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, Križanićeva bb, Hrvatska, goran.kozina@velv.hr

Marin Milković, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, Križanićeva bb, Hrvatska, marin.milkovic@velv.hr

Sažetak

Kako bi maksimalno uključili hrvatska sveučilišta u europski prostor visokog obrazovanja i bolonjski proces, poticati će se mobilnost nastavnika i studenata te financirati međunarodna suradnja svih djelatnika, učenika i studenata u sustavu obrazovanja i znanosti Republike Hrvatske, a posebno putem Programa za cjeloživotno učenje Europske Unije. Obrazovanje o poduzetništvu raste diljem svijeta. Mnoga sveučilišta u Europi imaju dobro utemeljene programe iz poduzetništva. Većina sveučilišta provodi istraživanja o poduzetništvu, prate se tečajevima, te obrazovnim tečajevima kojima se prikupljaju bodovi. Mali broj sveučilišta sudjeluje u stvarnom procesu kreiranja poduzeća, stvaranjem novih pothvata.

Kvalitetan sustav znanosti i visokog obrazovanja omogućit će povećanje konkurentnosti, produktivnosti i zapošljavanja, a samim time i ostvarenje stabilnog i održivog gospodarskog rasta. Stvaranje novih proizvoda treba odgovarati izazovima društvenog razvoja i voditi brigu o okolišu. Usvajanjem znanja i rezultata rada koji će se primjenjivati u tržišnom gospodarstvu, potrebno je poticati poduzetništvo zasnovano na inovacijama i visokim tehnologijama. Na Veleučilištu u Varaždinu na vježbama iz kolegija Osnove poduzetništva koji slušaju studenti u četvrtom semestru, istraživanja su provedena putem upitnika: 1. *imam li osobine poduzetnika?* te 2. *generiranje ideja za poduzetnički pothvat*. U ovom su radu istraženi stavovi studenata kroz odgovore na pitanja iz upitnika i napravljena je statistička obrada podataka.

Ključne riječi: *bolonjski proces, obrazovanje za poduzetništvo, tržišno gospodarstvo*

1. Uvod

Zakonom o proračunu uvedena je obveza izrade strateških planova za ministarstva i druga državna tijela na razini razdjela organizacijske klasifikacije i obveze izrade strategije Vladinih programa za trogodišnje razdoblje. U Strateškom planu Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske za razdoblje 2012.-2014. čija je vizija uspostava održivog i kvalitetnog odgojno-obrazovnog i znanstvenog sustava te sustava sporta kao temelja društva znanja, jedan od posebnih ciljeva jest poticati poduzetništvo zasnovano na inovacijama i visokim tehnologijama. Misija navedenog Strateškog plana jest osigurati svima dostupan, prohodan, usmjeren i s potrebama tržišta rada i cjeloživotnog učenja usklađen sustav odgoja i obrazovanja na nacionalnoj i međunarodnoj razini te razvijati znanstvena istraživanja sukladno potrebama gospodarstva i razvoja društva. U društvu koje se iznimno brzo mijenja, učenje i znanje postaje vrijednost koja zahtijeva nove oblike mijenjanja i prepoznavanja, obrazovne institucije trebaju odgovoriti fleksibilnijom ponudom koja će biti dostupna velikom broju građana kroz programe cjeloživotnog obrazovanja, sukladno potrebama zajednice, gospodarstva i društvenog razvitka.

Poticat će se i financirati međunarodna suradnja svih djelatnika i studenata u sustavu obrazovanja i znanosti Republike Hrvatske, a posebno putem Programa za cjeloživotno učenje Europske Unije. U tom smislu potrebno je osigurati veću dostupnost i sudjelovanje u programima obrazovanja odraslih. Stvaranje znanja i njegova primjena oduvijek su ovisili o talentu, idejama i poduzetničkoj energiji pojedinaca, a inovacije zahtijevaju hrabre ideje, kreativne vizije, želju za istraživanjem, najvišu razinu organiziranosti i odgovornosti. U društvu znanja stvaranje i diseminacija znanja počinje se odvijati kroz napredne mreže znanja, uz pomoć informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

Na sveučilištima u Europi porast u ponudi kolegija prati porast akademskih istraživanja, naglasak na poduzetništvu pri odabiru studija, kao i razvoj čistih poduzetničkih studija te centara za poduzetničku aktivnost. Taj će se trend nastaviti, a poduprijet će ga i povećanje broja doktorskih studija koje će osposobiti potrebno fakultetsko osoblje kako bi pružili potporu budućem povećanju ponude studija i istraživačkih centara, a sam time i poduzetnika sa stečenim odgovarajućim znanjima i vještinama za budućnost u poduzetništvu. Vlade također promiču rast poduzetništva osnivanjem novih poslovanja, pružanjem vladinih potpora u obliku poreznih poticaja, korištenjem zgrada, infrastrukture i komunikacijskih sustava te stvaranjem novih procesa. Poticanjem stvaranja novih poduzeća otvaraju se nova radna mjesta. U SAD-u se razvijaju vlastite inovativne industrijske strategije za poticaj poduzetništva te razvoj tehnologije u tom području. Medijska pokrivenost podiže sliku poduzetnika i rast kompanija te prikazuje njihove doprinose u društvu.

Velike kompanije će i u budućnosti biti zainteresirane za poseban oblik poduzetništva-korporacijsko poduzetništvo, stvaranjem više novih poslovanja u budućnosti, osobito u svjetlu hiperkonkurencije i potreba za globalizacijom.

Stupanj obrazovanja poduzetnika privlači istraživačku pozornost. Obrazovanje je važno u odgovoru poduzetnika. Mnogi poduzetnici naveli su potrebu za obrazovanjem u području financija, strateškog planiranja, marketinga i menadžmenta. Sposobnost komuniciranja također je važna za poduzetničku aktivnost. Šira baza znanja poduzetnika omogućava širu mrežu za generiranje potencijalnih prilika te prilagodbi novim situacijama. Istraživanja su potvrdila da, premda obrazovanje pozitivno utječe na vjerojatnost da će osoba otkriti nove prilike, nužno ne određuje da će ta osoba stvoriti novo poslovanje.

Globalni poduzetnik treba biti svjestan zastupljenosti pojedine vještine ili najčešćih izbora karijera. Kina, Japan i Indija naglašavaju znanost i tehniku. Sukladno tome tehnološka razina proizvoda neke tvrtke utječe na obrazovnu razinu te kulture. Savjet poduzetnicima kako biti kreativniji jest da je učiti kako bi bili kreativniji jednako učenju bilo koje druge vještine, a stručnost se stječe kroz određeno vrijeme.

Prije nego se krene u izradu poslovnog plana, poduzetnik treba prikazati procjenu industrijskih i tržišnih trendova na nacionalnoj i lokalnoj razini te procjenu konkurentskih strategija i njihovih jakosti i slabosti. Potrebno je usklađivanje obrazovne ponude s potrebama tržišta rada kako bi se dali odgovori na brze tehnološke i društvene potrebe. U svrhu promicanja cjeloživotnog učenja potrebno je izraditi nacrt Strategije za cjeloživotno učenje.

Razvoj znanstvenog i tehnologijskog sustava omogućit će povećanje konkurentnosti, produktivnosti i zapošljavanja, a samim time i ostvarenje stabilnog održivog gospodarskog rasta. Stvaranje novih proizvoda treba odgovarati izazovima društvenog razvoja i vođenju brige o okolišu. Kvalitetan sustav znanosti i visokog obrazovanja te gospodarstva, sposoban je razvijati i plasirati inovativne tehnologije koje počivaju na kompetencijama ljudskih potencijala kao što su intelektualna znatiželja, kreativnost, znanje i motivacija. U tom smislu potrebno je ojačati položaj Poslovno-inovacijske agencije Hrvatske, kao ustanove orijentirane promoviranju i poticanju inovativnog poduzetništva te je programe Agencije potrebno uskladiti sa zahtjevima gospodarstva.

2. Definiranje temeljnih pojmova

Pojam poduzetništvo dolazi od riječi poduzeti, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju. Poduzetništvo predstavlja proces stvaranja nove vrijednosti različitim aktivnostima u kojem poduzetnik prepoznaje novu poslovnu priliku, osniva poduzeće i upravlja njime, prikuplja sva potrebna sredstva za realizaciju poslovne prilike, realizira proizvod, osvaja tržište, prodaje proizvod, raspodjeljuje uvećanu (novostvorenu) vrijednost te prepoznaje novu poslovnu priliku.

Poduzetnik je osoba koja poduzima određene pothvate i pri tome preuzima neizvjesnost i rizik. Poduzetnik je osoba koja organizira i upravlja tvrtkom preuzimajući sav rizik s ciljem ostvarenja profita, to je osoba sa znanjima iz područja marketinga, financija, upravljanja, poslovnog odlučivanja, a sva ta znanja je stekao u školi.

U poduzetničkom procesu sudjeluje nekoliko ključnih čimbenika i to: poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva. Poduzetnik preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, mora imati viziju, mora znati odrediti poslovne ciljeve, utvrditi poslovnu strategiju i znati koncipirati poslovni plan. Najvažniji je čimbenik poduzetničkog procesa poduzetnik, jer bez njega ne može doći do pokretanja poduzetničkog procesa. Poslovna ideja je svaka ideja o novom proizvodu ili usluzi, koja još nije poslovno provjerena, dok je poslovna prilika provjerena poslovna ideja koju je moguće realizirati. Proizvod može biti ideja, usluga, roba ili bilo koja kombinacija tih triju pojmova.

Za Hrvatsku je karakteristično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije, s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu. Bez obzira na navedeno, iz godine u godinu raste broj poduzetnika. Proces pridruživanja Europske Unije ubrzava neke procese, ali svaki takav proces treba određeno vrijeme ostvarivanja. Pozitivni projekt jest Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva, projekt Hitro, Hitrorez, osnutak Nacionalnog vijeća za konkurentnost i sl.

I u prošlosti se razmišljalo o konkurentnosti pa su se poduzetnici (obrtnici) povezivali u bratovštine, kasnije u zadruge, osnovane su komore (gospodarska, obrtnička). U zadnjih petnaestak godina u Hrvatskoj je pokrenut i sustavni pristup poticanja poduzetništva i započeta je izgradnja sustava institucijske potpore, ali tako dugo dok se ne provedu reforme u obrazovnom sustavu (osnovnom i srednjem) te ne razvije civilni sektor, sporo će se dostizati karakteristike društva odgovornog poduzetništva i gospodarskog sektora u kojem će prevladavati poduzetničko upravljanje.

Osnovna pretpostavka nastanka i razvoja poduzetništva jest postojanje takvih ekonomskih sloboda koje omogućuju premještanja fizičkih i ljudskih resursa iz starih, neprofitabilnih u nove, profitabilne grane djelatnosti. Sloboda premještanja resursa potrebna je za iskorištavanje poslovne prilike uvođenjem novih i kvalitetnijih proizvoda, uvođenjem novih proizvodnih i poslovnih postupaka, djelotvornijom proizvodnjom te približavanjem domaćim i inozemnim kupcima.

2.1. Poduzetnička ideja i poduzetnički pothvat

Potencijalni izvori poslovnih ideja u već postojećim poduzećima najčešće su: trenutna radna sredina i okruženje poduzetnika, potencijalni kupci, dobavljači, poslovni partneri, konkurentske tvrtke, domaće i inozemne, vlastiti menadžeri i zaposlenici, posebno iz prodaje i marketinga, gospodarski sajmovi, muzeji, izložbe, stručni skupovi, uspješni poduzetnici i tvrtke, trendovi uočeni kroz tisak, stručna literatura, publikacija, učitelji, savjetnici, gospodarske komore, investicijski i garancijski fondovi, lokalni i regionalni centri za poduzetništvo te Internet, baze podataka i baze znanja.

Za generiranje ideja najpopularnija je metoda „braistorming“, odnosno spontano nabacivanje ideja ili mozganje.

U poslovnom svijetu nove ideje se generiraju:

- definiranjem aktivnosti bez kojih ljudi ne mogu (spavanje, hrana, osobna higijena, komunikacije, mobilnost),
- praćenjem trendova globalizacije, internetizacije i potreba za što bržom isporukom određenih usluga ili proizvoda te
- gledanjem na probleme kao na izvore poslovnih mogućnosti.

Poduzetnik mora procijeniti ideju tijekom cijelog njezinog razvoja. Svaki poduzetnik trebao bi poznavati dostupne tehnike i tehnologije. Analizom poduzetničkih iskustava utvrđeno je da je vjerojatnost preživljavanja poduzeća veća ako ono ima sposoban početni menadžerski tim. U početku se zapošljavaju samo neophodni djelatnici koji trebaju raditi puno radno vrijeme, a svi ostali koriste se po potrebi kao vanjski suradnici. Poduzetnici zanemaruju vanjske stručnjake, iako im oni mogu biti od velike pomoći.

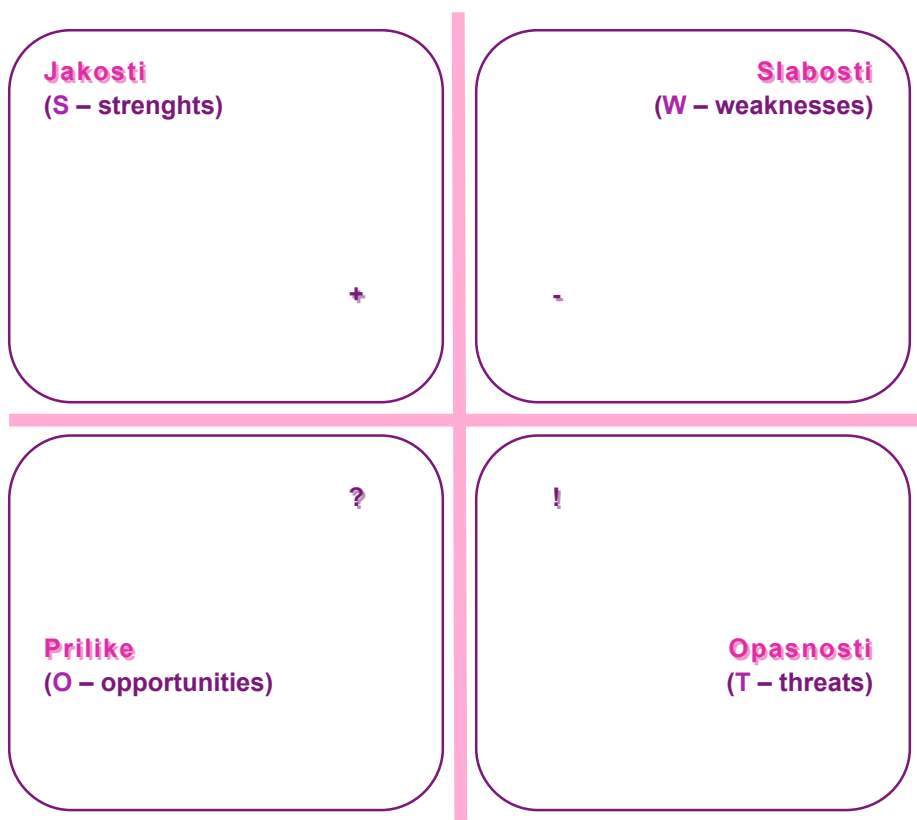
Svaki pojedinac ima jedinstvenu kombinaciju resursa: znanje, vještine, iskustva, informacije, tj. intelektualni kapital koji podrazumijeva sve ono što on sam zna.

U poduzetništvu postoji princip da je novac lako pribaviti ako su svi drugi dijelovi poduzeća dobro definirani.

2.2. Strateški alati za procjenu poduzetničke prilike

Važno je što će se dešavati u budućnosti, imati „šesto čulo“ za prepoznavanje prilike i bolja strategija.

SWOT analiza strateški je alat za procjenu unutarnjih jakosti i slabosti te vanjskih prilika i opasnosti. Kao dopuna SWOT analizi za preciznije određivanje vanjskih prilika i opasnosti može poslužiti PEST analiza. SWOT analiza strategijski je instrument pomoću kojega se sagledavaju unutarnje jakosti i slabosti te vanjske prilike i opasnosti, odnosno prijetnje radi prepoznavanja šansi i rizika za opstanak.

Slika 1. Matrica SWOT analize

SWOT analiza jest dijagnostički alat za analizu situacije s kojom se suočava poduzetnik, poduzeće ili tim koji omogućuje i olakšava planiranje mjera za pojačavanje jakosti i razgradnju slabih mjesta. Smatra se da SWOT analizu treba raditi svaka tri mjeseca jer u suvremenim uvjetima poslovanja dolazi do naglih i neočekivanih promjena. U postojećim poduzećima SWOT analiza je polazna točka u procesu strategijskog upravljanja, prvi korak u definiranju postojećeg stanja i zacrtavanju željene pozicije.

Unutrašnji čimbenici podrazumijevaju sve ono što poduzetnik ima, zna i čini bolje ili lošije od konkurencije, a na to sam može utjecati. Tu spadaju jakosti i slabosti. Jakosti poduzetnika i poduzeća jesu znanja, vještine, sposobnosti, inovacije, patent, marketing, kvalitetan menadžerski tim, dobro upravljanje ljudskim potencijalima. Slabosti poduzetnika i poduzeća jesu nedostatak znanja, vještina, sposobnosti.

Vanjski čimbenici su konkurencija i sve ostale vanjske sile koje djeluju na poduzeće (političke, ekonomske, društvene, tehnološke). Prilike za budući smjer i rast jesu društveno, gospodarsko i političko okruženje, nove tehnologije i proizvodni procesi, slabosti konkurencije, nezadovoljene potrebe kupca, osoblje i mogućnosti dobavljača, veličina, položaj i strateško pozicioniranje.

Opasnosti su vanjske opasnosti za poduzetnike ili poduzeće, poteškoće s kojima se susreće danas i one koje se mogu pojaviti u budućnosti, nove jeftinije tehnologije i jeftiniji proizvodi, ulazak jeftinijih stranih konkurenata, novi propisi koji opterećuju proizvodnju te promjene u političkom okruženju.

Vizija je projekcija stanja vlastitog poduzeća u budućnosti. Vizija za poduzetnika znači stanje kojem teži svojim svakodnevnim aktivnostima. Viziju čine realistični snovi, to je slika poduzeća u budućnosti koja počiva na realnim osnovama. Vizija je poduzetnikova predodžba o tržištu koje poduzetnik želi osvojiti u budućnosti pomoću svojeg proizvoda, o poduzeću i organizaciji koju je potrebno uspostaviti za ostvarivanje poslovne ideje te o lokaciji i području na kojem poduzetnik namjerava osnovati poduzeće.

Četiri bitna kriterija za stvaranje vizije jesu:

- U definiranju vizije trebaju sudjelovati svi zaposlenici.
- Vizija poduzeća je realistična slika budućeg stanja poduzeća.
- Vizija mora obuhvaćati promjene. Pozitivne promjene jesu razvoj novih proizvoda, uvođenje novih tehnologija, zapošljavanje ljudi s novim znanjima, reorganizacija sustava.
- Riječi i djela poduzetnika moraju izražavati trajnost i povezanost. Poduzetnik treba živjeti u skladu s onim što je definirao kao svoju viziju.

Misija (poslanje) ili zašto to radim jest motivacija za pokretanje poduzetničkog pothvata, djeluje kao alat za komuniciranje. Misija predstavlja dušu poduzeća i traje do kraja postojanja poduzeća.

Svrha je misije promovirati jasnoću svrhe/namjere djelovanja kroz poduzeće, stvoriti temeljno polazište za donošenje ključnih odluka i ocjenu ostvarenog, pomoći ostvariti poduzetnikovu odužnost ciljevima unutar poduzeća te unaprijediti razumijevanje i podršku za poduzetnikove ciljeve, kako unutar, tako i izvan poduzeća.

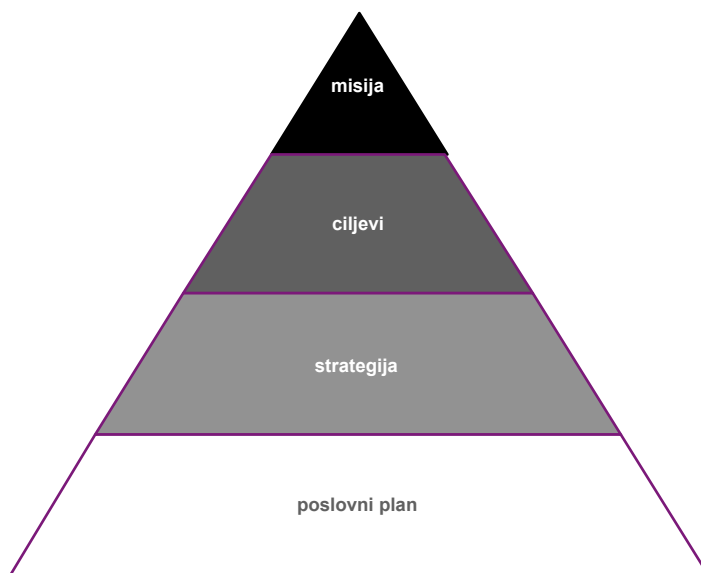
Ciljevi su postignuća koja se žele ostvariti poduzetničkim pothvatom. Ciljevi se obično dijele na dugoročne (do pet godina) i kratkoročne (do jedne godine); na opće i specifične. Ciljevi su konkretni koraci koji će nas dovesti do misije i vizije.

Strategija znači pronalaženje rješenja kako se prilagoditi promjenljivim uvjetima, kako rasporediti resurse, kako pozicionirati poduzeće i proizvod u odnosu na konkurente i pri tome zadovoljiti potrebe kupca te koje pristupe primijeniti i koje akcije poduzeti za jačanje svih funkcionalnih i operativnih dijelova poduzeća. Strategija se može odnositi i na upravljanje poduzećem pri čemu se razlikuju ekonomsko-funkcionalne i upravljačko-menadžerske strategije.

Strateški plan opisuje taktike koje će poduzeće koristiti pri izvođenju poslovnog plana. Strategije su dugoročnije odluke i ne smije ih se prečesto mijenjati, dok su taktike svakidašnje odluke koje se prilagođavaju novonastalim situacijama.

Poslovni plan sadrži sve detaljne podatke o načinu ostvarenja nekog zamišljenog modela poslovnog pothvata te je jedan od osnovnih dokumenata na temelju kojih poslovne banke i suulagači donose odluku o sudjelovanju u financiranju poduzetničkog pothvata.

Slika 2: Piramida vizije sastoji se od misije, ciljeva, strategije i poslovnog plana



Poslovni plan u pisanoj formi cjelovito razrađuje sve elemente ulaganja u nekakav posao s procjenom očekivanih učinaka i varijantama rješenja za rizične situacije što ih donosi buduće vrijeme. Novi posao elaborira se s podacima s kojima raspolažemo u tom trenutku, a očekivani rezultati na temelju procjena poslovanja odnose se na budućnost. Najčešće se poslovni plan radi za razdoblje od dvije do pet godina. U prvoj godini poslovnog plana financijski podaci se najčešće prikazuju mjesečno ili kvartalno, a u ostalim godinama na godišnjoj razini. Važno je da poduzetnik poštuje redoslijed koraka u izradi poslovnog plana.

3. Metodologija

Na Veleučilištu u Varaždinu, na vježbama iz kolegija Osnove poduzetništva koji slušaju studenti stručnog studija Elektrotehnika, Proizvodno strojarstvo i Multimedija i oblikovanje u četvrtom semestru, istraživanje je provedeno putem dva upitnika i to 1: imam li osobine poduzetnika? te upitnik 2: generiranje ideja za poduzetnički pothvat. U članku su istraženi stavovi studenata kroz odgovore na pitanja iz upitnika i napravljena je statistička obrada i analiza rezultata. Statistički su obrađeni rezultati primjenom aplikativnog programa Statistica (StatSoft) te su prikazani grafički. U ispitivanju je sudjelovalo 120 studenata. Studentima je predstavljena kratka prezentacija na sljedeći način.

Prije nego što krenete u posao kako biste u što većoj mjeri smanjili rizik promašaja, prije pokretanja posla testirajte sebe i svoje ideje.

Šanse za uspjeh su veće ako budu ispunjena barem dva zahtjeva:

- da potencijalni poduzetnik sam realno procijeni sve prednosti i nedostatke, i svoje osobno i posla kojim se bavi,
- da pravilno procijeni svoju zamisao i tržište na kojem želi nastupiti.

Svaki potencijalni poduzetnik prije svoje konačne odluke treba pažljivo razmotriti sve činitelje koji mogu utjecati na njegov budući poduzetnički pothvat.

Sva su ta pitanja od izuzetne važnosti i zaslužuju detaljno ispitivanje. Postupak ispitivanja može se provesti kroz sljedeće upitnike za koje treba dati odgovore i analizirati dobivene rezultate prije donošenja konačne odluke.

Zbog jednostavnosti statističke obrade studentima je bilo postavljeno 10 pitanja i ponuđena tri odgovora na postavljana pitanja.

Upitnik broj 1: Imam li osobine poduzetnika?

1. Jesam li po prirodi samostalan?

- Sve svoje poslove obavljam samostalno. Nitko mi ne treba govoriti što trebam činiti.
- Dovoljno je da me netko potakne na posao, dalje mogu nastaviti sam.
- Samo polako. Ništa ne činim dok nisam na to primoran.

2. Što osjećam prema drugim ljudima?

- Volim ljude i gotovo se sa svakim mogu složiti.
- Imam puno prijatelja i nitko mi više nije potreban.
- Većina me ljudi iritira.

3. Jesam li sposoban voditi druge?

- Uglavnom većinu ljudi mogu pridobiti kada nešto započinem.
- Mogu davati naredbe, ako mi netko drugi kaže što trebam činiti.
- Uglavnom prepuštam drugima da vode stvari, a ja im se pridružujem ako mi se to sviđa.

4. Mogu li preuzeti odgovornost?

- Volim biti odgovoran za ono što radim i volim vidjeti rezultate toga.
- Preuzimam ako baš moram, ali radije prepuštam drugima da budu odgovorni.
- Uvijek se nađe neka sveznalica koja baš želi pokazati koliko je pametan ili pametna. Ja im to rado prepuštam.

5. Jesam li dobar organizator?

- Prije početka posla uvijek želim imati plan. Ja uvijek želim stvarima jasno odrediti pravac.
- Sve mi ide dobro dok se stvari previše ne zakompliciraju, tada odustajem.
- Sve lijepo isplaniram, a onda se pojavi neki prevelik problem. Stoga stvarima prilazim onako kako dolaze.

6. Jesam li dobar radnik?

- Ustrajan sam u radu dok god mi je to potrebno. Nikada mi nije teško puno raditi za ono što želim.
- Izvjesno vrijeme naporno radim, ali kad mi to postaje previše, prestajem.
- Nisam baš siguran da težak rad nekamo vodi.

7. Mogu li donositi odluke?

- Mogu se na brzinu odlučiti ako sam na to prisiljen. Uglavnom se ispostavi da je to bilo dobro.
- Mogu ako za to imam dovoljno vremena. Ako odluku moram donijeti na brzinu, u pravilu kasnije mislim da sam trebao drukčije odlučiti.
- Ne volim biti taj koji donosi odluke.

8. Vjeruju li ljudi onome što im govorim?

- U to se možete okladiti. Nikada ne govorim ono što doista i ne mislim.
- Trudim se uglavnom biti na toj razini, ali ponekad kažem ono što mi je najlakše.
- Zašto gnjaviti ljude kad ionako ne primjećuju razliku.

9. Mogu li ustrajati u onome što činim?

- Kad nešto doista odlučim, ništa me u tome dalje ne može spriječiti.
- Uglavnom završavam ono što započnem... ako stvari idu dobro.
- Ako se stvari ne razvijaju dobro, odmah prestajem. Zbog čega mučiti vlastiti um.

10. Kakvi su vaši radni kapaciteti?

- Nikada se ne umaram.
- Uglavnom imam dovoljno energije za većinu stvari kojima se želim baviti.
- Umaram se puno brže nego moji prijatelji.

Upitnik 2. Generiranje ideja za poduzetnički pothvat

Zašto generiramo ideje?

Prije početka posla: za jačanje postojećih ideja i pronalaženja interesantnijih ideja, zbog prilagodbe ideja kako bi bile drukčije od ideja konkurencije, stvaranja boljih ideja, revizije prvotne ideje u slučaju neuspjeha i ponovnog pokušaja.

Nakon početka biznisa: zbog poznavanja životnog ciklusa proizvoda (razvoj, rast, zrelost, zasićenje, pad), disperzije rizika, rasta, motivacije, ostvarivanja prednosti u odnosu na konkurenciju...

Nakon što se složite da postoje jasna vizija i misija poduzeća možete slijediti sljedeće korake:

1. korak: Popis grubih ideja

Napraviti popis situacija u kojima ste bili nezadovoljni kao kupac proizvoda ili korisnik usluge i gdje su moguća određena poboljšanja.

2. korak: popis mogućnosti

Napravite što širi popis o sebi i svom poznavanju okruženja svog poduzetničkog pothvata, svojoj motivaciji, te mogućnostima, relevantnim vještinama i znanjima.

4. Rezultati i diskusija

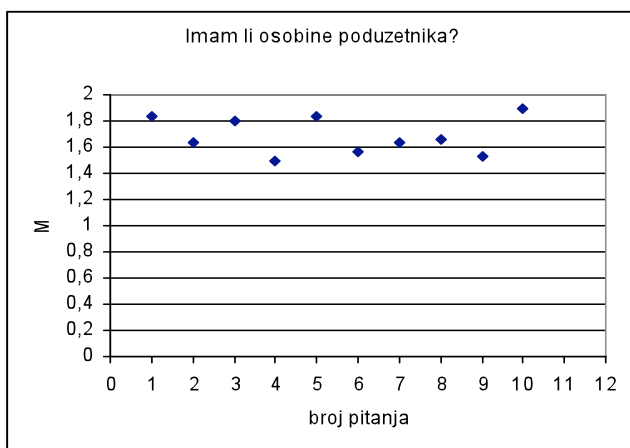
Poduzetništvo ima svoje prednosti i nedostatke. Da bismo provjerili svoju spremnost, treba detaljno analizirati jedne i druge. Glavna nagrada poduzetničkog uspjeha jest zadovoljstvo zbog

dobro obavljane zadaće što se održava u ostvarenju profita. Glavna je opasnost poduzetnikova propast koja može rastrojiti osobu, upropastiti brak i obitelj te uništiti životnu uštedevinu.

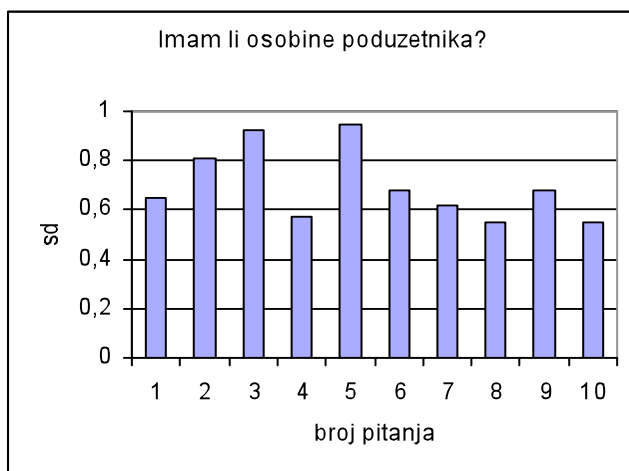
Analiza rezultata upitnika 1 - Imam li osobine poduzetnika?

Dobiveni rezultati obrađeni su statistički, a vrijednosti definirane aritmetičkom sredinom (M) i standardnom devijacijom (sd), grafikoni 1. i 2.

Grafikon 1. Prikaz rezultata upitnika - *Imam li osobine poduzetnika* na temelju vrijednosti aritmetičke sredine



Grafikon 2. Prikaz rezultata upitnika - *Imam li osobine poduzetnika* na temelju vrijednosti standardne devijacije



Na temelju analize utvrđeno je da je više od 40% ispitanih studenata odabralo prvi ponuđeni odgovor, a to je vjerojatnost da posjeduju prijeko potrebne odlike za samostalno pokretanje posla, više od 34% ispitanika odabralo je drugi ponuđeni odgovor, koji odgovara na pitanje da je prevelik pothvat da bi se sami u njega upustili te bi bilo dobro pronaći partnera koji ima jače odlike koje

vama nedostaju ili se odlučiti na postupno poduzetništvo s malim ulaganjima i rizicima (rad kod poduzetnika, predstavništvo ili zastupstvo, poduzetnički inkubator) te se više od 25% ispitanika odlučilo za treći predloženi odgovor, a to znači da za pokretanje poduzetništva ne bi pomogla niti pomoć najboljeg partnera. U upitniku je sudjelovalo 56% studenata i 44% studentica.

Analiza rezultata upitnika 2: Generiranje ideja za poduzetnički pothvat

Na temelju rezultata ispitivanja pripremljena je tablica 1 u kojoj su prikazani rezultati više od 50% ispitanika.

Tablica 1: Generiranje ideja

Korak 1: Popis grubih ideja

situacija	Poslovna ideja	Komentar osobe koja me dobro poznaje
Nedostatak znanja	Seminari, tečajevi, usavršavanja	Dobra ideja
Neefikasnost u isporuci	Promijeniti isporučitelja	Ili istražiti razloge
Nedostatak informacija	Internet	Ovisi o sredstvima
Izostanak odgovarajuće kvalitete usluge ili proizvoda	Zadovoljavanje uvjeta certifikatima za kvalitetne proizvode	Pokušati poboljšati usluge
Neprepoznavanje stvarnih potreba kupca	Ispitivanje tržišta, traženje novih ideja	Bolje se informirati o potrebama tržišta
Slabosti ili ranjivosti postojećih davalaca određene usluge	Stvoriti bolju i kvalitetniju uslugu	Dobra ideja
Ja bih mogao	Poslovna ideja	Komentar osobe koja me dobro poznaje
Bolje (kvalitetnije)	Kreativan posao	Uvijek je dobro
Brže	Naučiti strani jezik	Uložiti još malo vremena
Jeftinije	Školovati se	Obrazovanje je bitno
Ljepše	dizajnirati	Grafičke obrade
Uočljivije	Predstaviti se društvu	To je poznato
Napraviti ili ponuditi nešto potpuno novo („neviđeno“)	Dizajnu, marketingu i komunikacijama	Malo više se potruditi

Korak 2: popis mojih želja i mogućnosti

	Moje mišljenje o meni kao poduzetniku	Mišljenje osobe koja me dobro poznaje
Što volim raditi?	Provoditi vrijeme s prijateljima i obitelji	Slaže se
Kakve su moje radne navike?	Uvijek spreman/spremna na rad	Postizanje odličnih rezultata
Što zaista dobro radim i u čemu postizem dobre rezultate?	Dobar/dobra sam u komunikaciji na hrvatskom i stranom jeziku	Jako je dobar/dobra u tome
Kakav mi je životni stil?	Komunikacija s ljudima	Stvaranje poznanstva
Kakav životni stil želim?	Želim naprijed	Želja za postignućem
Koje su moje vrijednosti?	Strpljivost, odgovornost, marljivost	Osobine poduzetnika
Što točno u životu želim postići?	Imati tvrtku i pomoći drugima	Biti uspješan/uspješna
Koji će biti moj doprinos društvu?	Vidjet ćemo u budućnosti	Pričekati neko vrijeme

Na ovaj način analizirano je nekoliko mogućih ideja koje su se razradile kroz istraživanje, a vezane su uz zahtjeve za resursima te iznalaženje rješenja za realizaciju cjelovitog projekta. U tablici 1. prikazani su rezultati za više od 50% ispitanika (studenata) te se može potvrditi da su prepoznali generiranje ideje za poduzetnički pothvat. S obzirom da su rezultati za manje od 49% studenata koji su sudjelovali u popunjavanju upitnika, neprepoznatljivi i nije ih moguće prikazati na način u tabličnom prikazu, pretpostavlja se da je potrebno više rada sa studentima na takvim i sličnim analizama kako bi prepoznali potrebu za stjecanjem odgovarajućih znanja i vještina za budućnost o poduzetništvu.

5. Zaključak

Na temelju analize rezultata upitnika 1 *Imam li osobine poduzetnika?*, dokazano je da je više od 40% ispitanih studenata odabralo prvi ponuđeni odgovor, što bi značilo da posjeduju prijeko potrebne odlike za samostalno pokretanje posla. Za drugi ponuđeni odgovor više od 34% studenata dalo je odgovor da je potrebno pronaći partnera koji ima jače odlike koje samim studentima nedostaju, dok se više od 25% ispitanika odlučilo za treći predloženi odgovor kojim se ne preporuča pokretanje poduzetništva.

Na temelju rezultata upitnika 2 *Generiranje ideja za poduzetnički pothvat* prikazani su rezultati za više od 50% ispitanika. Dokazano je da su isti prepoznali generiranje ideje za poduzetnički pothvat. S obzirom da su rezultati za manje od 49% studenata koji su sudjelovali u popunjavanju upitnika, neprepoznatljivi i nije ih moguće prikazati, preporuča se dodatni rad na sličnim upitnicima sa studentima kako bi se razvijale vještine i usvajala specifična znanja u poduzetništvu, razvijanjem pozitivnog odnosa prema poduzetništvu i razvoj poduzetničke kulture.

Kako bi zainteresirane i spremne osobe pridonijele uspješnom radu i razvoju u okviru društveno odgovornog poslovanja, svojim znanjem i iskustvom djeluju u cilju poticanja i unapređenja kvalitete obrazovanja, u skladu s najvišim međunarodnim standardima i potrebama tržišta rada s konačnim ciljem povećanja konkurentnosti i produktivnosti te ostvarenja stabilnoga gospodarskog rasta. Osiguranjem kvalitetnog sustava obrazovanja omogućit će se pretpostavke za kontinuirano stjecanje novih znanja i vještina te primjenu novih tehnologija po načelu cjeloživotnog učenja. Novi zahtjevi i mogućnosti sustava znanosti i visokog obrazovanja, usvajanje znanja u svim područjima, rad u mrežama i snažan razvitak tehnologije stvaraju potrebu za trajnim obrazovanjem i osposobljavanjem svih članova zajednice. Kvalitetnim kombiniranjem i povezivanjem znanja i vještina pristupit će se sustavnom i organiziranom podizanju kompetencija studenata, nastavnika i zaposlenika, osiguravajući tako kapacitete za ostvarivanje strateških ciljeva za budućnost o poduzetništvu.

Služenje zajednici i sudjelovanje u razvoju društva sastavni je dio misije svih institucija visokog obrazovanja u europskom prostoru visokog obrazovanja. Ta komponenta sveučilišne misije važna je u Hrvatskoj i jedan je od ciljeva bolonjskog procesa, pomoć gospodarstvu i razvoju zajednice prema društvu znanja te sustavno i organizirano poticanje unutarnje i vanjske mobilnosti studenata i svih djelatnika.

Acquiring Entrepreneurial Knowledge and Skills for Future

In order to include Croatian universities in Bologna process and the European Higher Education Area, mobility of staff, students and graduates will be motivated as well as financing of the international cooperation of all actors in higher education and science system in Croatia. This goal will be obtained through the Lifelong learning program of the European Union. Understanding the importance of entrepreneurship is rising. Many universities in Europe have well founded programmes in entrepreneurship. Universities are conducting extensive studies about it. They follow up these researches of entrepreneurship by educational courses for students. Only few universities are included in the real process of creating businesses. Only a scientific and educational system of good quality will enable increased competition that will make a stable economy. New product making should take care of the environment. Entrepreneurship should be founded on new technologies and innovations. That can be realized by innovation and hard work.

At the Polytechnic in Varaždin students can listen the course „Basics of entrepreneurship“ in their fourth semester. After completing the course students were asked to complete the following questionnaire; „do I have the characteristics of an entrepreneur“.

This paper statistically analyzes student answers.

Key words: *Bologna process, education of entrepreneurship, market economy*

Literatura

1. Bolfek, B., Sigurnjak, L.: (2011), Poduzetništvo, Veleučilište u Slavonskom Brodu, Slavonski Brod,
2. Brusić, A., Cvitanović, V., Gregov, Z., Kutnjak, V., Tomić, D., Žanić, V., : (2009), Poduzetništvo 1, Udžbenik Veleučilište VERN, Zagreb,
3. Bujas Z.: (1981), Uvod u metode eksperimentalne psihologije, Školska knjiga, Zagreb,.
4. Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: (2011) Znanje-temelj konkurentnosti razvoja, Zagreb,
5. Hisrich, R. D., Peters, M. P. , Shepherd, D. A.: (2011) Poduzetništvo, MATE, d.o.o., Zagreb,
6. Hunjet, A., Kozina G.: (2011), Osnove poduzetništva–skripta, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin,
7. Pauše, Ž.: (1993), Uvod u matematičku statistiku, Školska knjiga, Zagreb,
8. Strategija Vladinih programa za razdoblje 2011.-2013., (2010), Zagreb,
9. Strateški plan Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske za razdoblje 2012.-2014. (2012), Zagreb
10. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, (2010), Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014., Zagreb
11. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2012), Projekt obrazovanje za poduzetništvo za 2012. godinu, Zagreb
12. Vlada Republike Hrvatske, Strateški okvir za razvoj 2006.-2013.